

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅屬概要，故其並未列載可能對閣下而言屬重要的所有資料。本概要應與本文件全文一併閱讀，以保證其完整性。於決定投資[編纂]前，閣下應細閱整份文件。

任何投資均附帶風險。有關投資[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下在決定投資於[編纂]前，務請細閱該節。

概覽

我們是一家位於中國的領先擁有設計師品牌時裝公司。根據CIC的資料，於二零一五年，我們在中國設計師品牌時裝行業佔最大的市場份額，以零售總額計為9.6%¹。我們設計、推廣及出售女士、男士、兒童及青少年的時尚服裝、鞋類及配飾。根據CIC的資料，中國設計師品牌時裝行業處於服裝行業中增長迅速的細分市場，主要是由於消費者對時裝的品味越來越成熟及在服裝方面日益渴望追求更大的個性及獨特性所致。根據相同資料來源，中國設計師品牌時裝行業的零售總額於二零一一年至二零一五年間以26.2%的複合年增長率增長，預期二零一五年至二零二零年間將以26.6%的複合年增長率增長。

我們的品牌及產品

我們的品牌組合目前包括五個品牌，即(i) JNBY、(ii) CROQUIS、(iii) jnby by JNBY、(iv) less及(v) Pomme de terre，各自面向特定細分客戶並擁有基於本集團統一品牌理念「自然、自我」的獨特設計形象，力求傳達我們接受獨立思考、獨立表達、不同潮流及讓消費者可從服裝中獲得穿衣樂趣。我們的產品面向中上層收入客戶。下表載列於所示期間按品牌劃分的收益明細(以絕對金額及佔我們總收益的百分比表示)。

	截至三月三十一日止九個月							
	二零一四財年		二零一五財年		二零一五年		二零一六年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元 (未經審核)	(%)	人民幣千元	(%)
女士	1,104,058	79.8	1,200,762	74.4	978,116	75.7	1,076,050	70.1
JNBY	1,029,632	74.4	1,110,500	68.8	913,449	70.7	984,963	64.2
less	74,426	5.4	90,262	5.6	64,667	5.0	91,087	5.9
男士	237,781	17.2	298,058	18.5	231,870	17.9	298,679	19.5
CROQUIS	237,781	17.2	298,058	18.5	231,870	17.9	298,679	19.5
兒童	41,596	3.0	114,273	7.1	83,294	6.4	159,792	10.4
jnby by JNBY	41,596	3.0	114,273	7.1	83,294	6.4	159,792	10.4
Pomme de terre ⁽²⁾	—	—	—	—	—	—	—	—
總收益	1,383,435	100.0	1,613,093	100.0	1,293,280	100.0	1,534,521	100.0

¹ 根據CIC的資料，二零一五年我們在中國服裝行業的市場份額為0.2%。

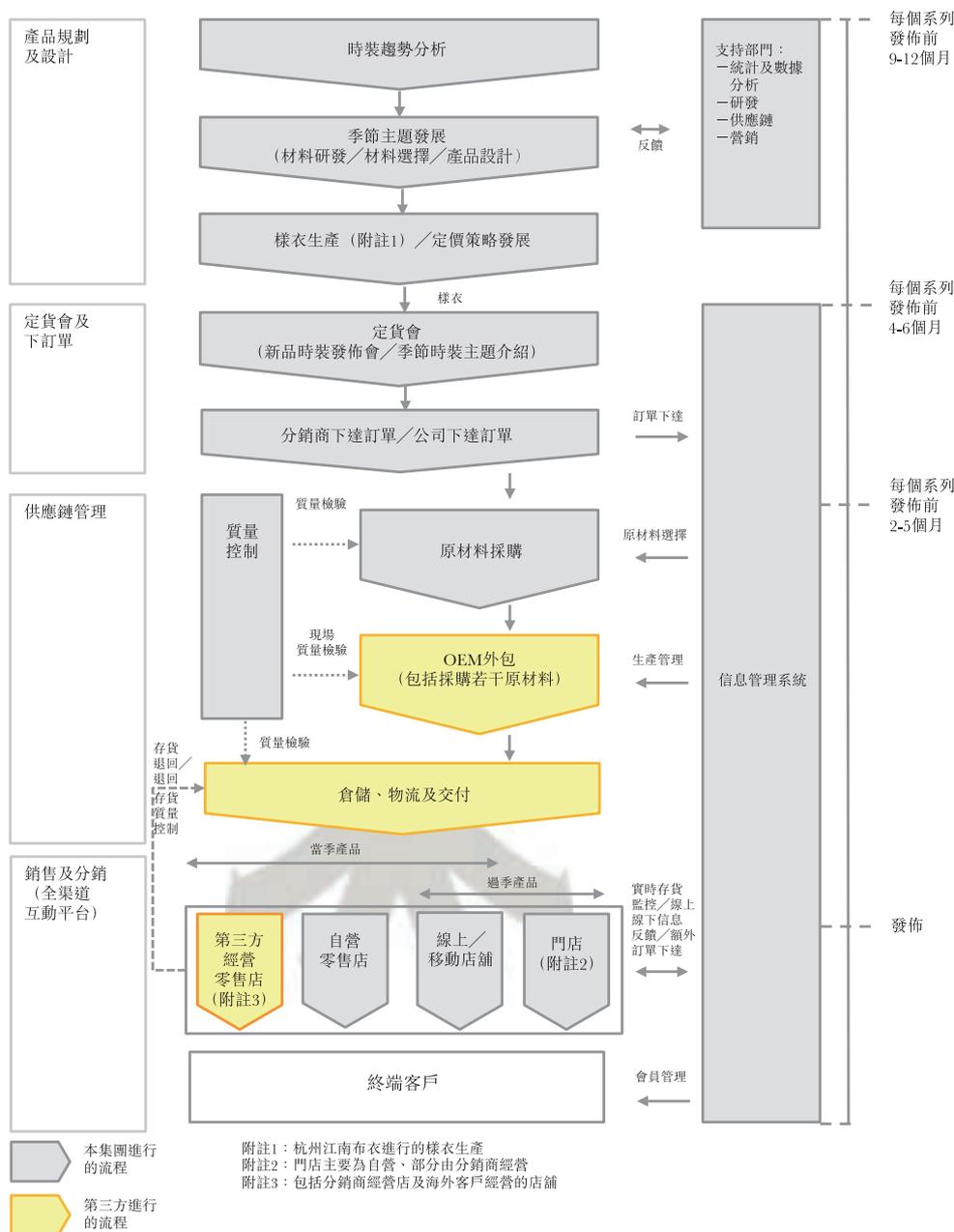
² 我們於二零一六年三月推出Pomme de terre，及於往績記錄期並無錄得本品牌的任何收益。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

我們的業務模式

我們以高度一體化業務模式經營，讓我們將業務運營的各關鍵環節無縫及有效地連結。下圖說明我們的業務模式。



概 要

產品規劃及設計

我們旨在提供設計形象獨特的服裝、鞋類及配飾，從而引領時尚潮流及提升我們的品牌價值以及目標客戶對我們的認知度。我們的設計及研發團隊由創始人兼首席創意官李女士領導。李女士在本行業擁有逾20年經驗，於二零一零年被福布斯網站選入「全球時尚界25位最有影響力華人」之列。李女士亦為北京當代藝術館及溫哥華美術館理事會成員。我們使用設計主導型零售模式，給予我們才華橫溢及經驗豐富的設計師團隊充分創作自由，在設計過程中注重原創性。這讓我們的設計師可善用其經驗並追求藝術美感，而非一味追隨及純粹迎合最新潮流。我們的核心價值觀為「更好的設計，讓生活更美好」，且我們致力於打造中國最佳的設計平台。

銷售及分銷

我們通過全方位及一體化的全渠道互動平台在多個線下及線上銷售網絡銷售產品。截至二零一六年三月三十一日，我們的全渠道互動平台包括(i)中國及12個其他國家或地區的1,255家零售店線下網絡(包括404家自營店、820家經銷商經營店及31家海外客戶經營的店鋪及(ii)線上渠道，包括天貓、京東及唯品會等主要線上平台以及微信營銷服務平台。

我們已建立全渠道互動平台以培養「粉絲經濟」(基於購買受其對我們致力提倡的生活方式的偏愛所推動的粉絲群體)。我們的全渠道互動平台計及客戶需求及讓我們將彼等轉變為忠誠粉絲。以下為我們粉絲群體增長及「粉絲經濟」所帶來好處的明證：

- 自我們於二零一五年推出微信營銷服務平台以來，我們截至二零一六年三月三十一日於微信平台已累計逾570,000名用戶。自我們推出微信平台以來，我們平均每月吸引約40,000名新用戶加入該平台。
- 我們的會員賬號由截至二零一四年六月三十日的逾360,000個增至截至二零一六年三月三十一日的逾1.1百萬個，而活躍會員人數由截至二零一四年六月三十日的逾86,000人迅速增至截至二零一六年三月三十一日的逾170,000人。
- 部分由於「粉絲經濟」策略及全渠道互動平台的有效性，於二零一四財年、二零一五財年以及截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止九個月，我們零售店的同店銷售增長率分別為0.1%、7.1%、6.3%及8.0%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

下表載列於所示期間按我們銷售渠道劃分的收益明細（以絕對金額及佔我們總收益的百分比表示）。

	截至三月三十一日止九個月							
	二零一四財年		二零一五財年		二零一五年		二零一六年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元 (未經審核)	(%)	人民幣千元	(%)
線下渠道	1,268,740	91.7	1,485,935	92.1	1,196,863	92.5	1,424,869	92.9
自營店 ⁽¹⁾	617,717	44.7	732,803	45.4	569,146	44.0	734,989	47.9
經銷商經營店	619,851	44.8	730,577	45.3	609,241	47.1	679,611	44.3
其他 ⁽²⁾	31,172	2.2	22,555	1.4	18,476	1.4	10,269	0.7
線上渠道	114,695	8.3	127,158	7.9	96,417	7.5	109,652	7.1
總收益	1,383,435	100.0	1,613,093	100.0	1,293,280	100.0	1,534,521	100.0

附註：

- 過往我們有少量自營店由第三方管理人進行管理。我們於二零一六年六月終止該等安排。更多資料，請參閱「業務－銷售及分銷－自營店」。
- 包括海外客戶經營的店舖。

下表載列於所示期間我們按店舖類型劃分的零售店。

店舖類型	截至六月三十日		截至二零一六年 三月三十一日
	二零一四年	二零一五年	
自營店	282	332	404
經銷商經營店	639	742	820
其他 ⁽¹⁾	34	38	31
總計	955	1,112	1,255

附註：

- 包括海外客戶經營的店舖。

供應鏈管理

我們於二零一四財年及二零一五財年將絕大部分產品的生產外包予OEM供應商並生產小部分產品。自二零一五年七月起，我們將所有產品生產外包予經選定國內OEM供應商，讓我們可將資源集中投放到產品生命週期的關鍵環節中，例如產品規劃及設計、品牌推廣及管理以及零售及分銷網絡監管。於往績記錄期，我們維持廣泛的OEM供應商網絡。我們的OEM供應商包括兩個類別：(i)成品供應商，負責加工彼等所購買的原材料及面料，並向我們提供成品；及(ii)加工供應商，負責加工我們所提供的原材料及面料，並向我們提供加工品。於二零一四財年、二零一五財年及截至二零一六年三月三十一日止九個月，我們分別擁有180家、208家及223家OEM供應商（彼等均位於中國）。

概 要

我們的優勢

我們相信，由於下列競爭優勢，我們迄今已取得成功並已準備就緒於未來實現增長：

- (i) 快速增長的中國設計師品牌時裝行業的領軍者；
- (ii) 強大的設計和不斷開發能力得到海內外認可；
- (iii) 多品牌運營以實現可持續增長；
- (iv) 以粉絲為核心的全渠道互動平台；
- (v) 有效的存貨共享及分配系統；
- (vi) 充滿熱情活力、專業及具有豐富經驗的管理與設計團隊。

業務策略

我們擬維持及鞏固我們作為中國領先設計師品牌時裝公司的地位。尤其是，我們計劃實施以下策略以達致我們的目標：

- (i) 通過進一步提高我們的設計能力及品牌知名度，持續擴大及多元化我們產品組合；
- (ii) 進一步增強我們的零售網絡及優化我們的渠道組合；
- (iii) 提升客戶體驗以提高同店銷售增長；及
- (iv) 加強供應鏈管理以及改善倉儲及物流基礎設施。

綜合財務資料概要

綜合全面收益表概要

	截至三月三十一日止九個月							
	二零一四財年		二零一五財年		二零一五年		二零一六年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元 (未經審核)	(%)	人民幣千元	(%)
收入	1,383,435	100.0	1,613,093	100.0	1,293,280	100.0	1,534,521	100.0
毛利	802,976	58.0	990,551	61.4	778,308	60.2	937,913	61.1
經營利潤	226,690	16.4	296,365	18.4	257,135	19.9	308,743	20.1
除所得稅前利潤	210,608	15.2	282,358	17.5	244,871	18.9	307,101	20.0
年度／期間利潤	149,916	10.8	196,952	12.2	171,492	13.3	213,019	13.9
經調整純利(未經審核) ⁽¹⁾ ...	149,916	10.8	208,531	12.9	180,187	13.9	226,841	14.8

附註：

- (1) 我們透過(i)增加以股份為基礎的補償開支及(ii)增加[編纂]開支自年／期內溢利達致經調整純利。請參閱「財務資料－非國際財務報告準則計量」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

綜合資產負債表概要

	於六月三十日		於二零一六年
	二零一四年	二零一五年	三月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
總資產	961,524	1,037,438	1,087,328
權益總額	306,545	499,454	564,721
總負債	654,979	537,984	522,607
流動資產淨額	248,509	523,345	426,794

綜合現金流量表概要

	二零一四財年	二零一五財年	截至三月三十一日止九個月	
			二零一五年	二零一六年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
經營活動產生的現金淨額	88,112	282,003	296,350	369,585
投資活動 (所用) / 產生的 現金淨額	(155,314)	(19,544)	(9,929)	125,428
融資活動產生 / (所用) 的 現金淨額	940	(192,677)	(85,906)	(312,821)
現金及現金等價物淨 (減少) / 增加額	(66,262)	69,782	200,515	182,192
於年 / 期末的現金及 現金等價物	85,203	154,981	285,714	337,201

主要財務比率

下表載列截至該等日期或於所示期間我們主要財務比率概要。有關我們主要財務比率的進一步詳情，請參閱「財務資料－主要財務比率」。

財務比率	公式	截至二零一四年 六月三十日 / 截至該日止年度	截至二零一五年 六月三十日 / 截至該日止年度	截至二零一六年 三月三十一日 / 截至該日止九個月
盈利能力比率：				
1. 毛利率	毛利 / 收益 x 100%	58.0%	61.4%	61.1%
2. 利潤率	利潤 / 收益 x 100%	10.8%	12.2%	13.9%
3. 權益回報率	年度利潤 / 平均總權益 x 100%	64.8%	48.9%	不適用 ⁽¹⁾
4. 總資產回報率	年度利潤 / 平均總資產 x 100%	17.6%	19.7%	不適用 ⁽¹⁾

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

財務比率	公式	截至二零一四年 六月三十日/ 截至該日止年度	截至二零一五年 六月三十日/ 截至該日止年度	截至二零一六年 三月三十一日/ 截至該日止九個月
流動性比率：				
1. 流動比率	流動資產／流動負債	1.4	2.3	1.9
2. 速動比率	(流動資產－存貨)／ 流動負債	0.9	1.3	1.1
資本充足率：				
1. 資產負債比率	(總銀行借款－現金及 現金等價物及 已抵押存款)／ 總權益x100%	59.9%	不適用 ⁽²⁾	不適用 ⁽²⁾
2. 利息覆蓋比率	除利息及稅前利潤／ 財務成本	13.5倍	18.2倍	122.8倍

附註：

(1) 有關比率不具意義，原因為其與過往數據不可比較。

(2) 指截至有關時間的淨現金狀況。

我們的股權結構

我們的股東

緊隨資本化發行及[編纂]完成後(假設[編纂]並無獲行使)，吳先生及李女士通過多項信託及W&L Capital將有權控制行使本公司已發行股本約[編纂]%的投票權。因此，我們的創始人以及彼等的緊密聯繫人將繼續為我們的控股股東。李女士亦成立李氏私人信託，代其本身、其家族成員及其他指定人士(作為受益人)持有本公司已發行股本約[編纂]%。有關進一步詳情，請參閱開始的「我們的歷史及發展」及的「與控股股東的關係」。

可交換票據持有人

於二零一三年六月，N&N Capital根據日期為二零一三年六月二十一日的VKC票據購買協議向Bright Sunshine發行兩批可交換票據，據此，N&N Capital發行兩批8%優先有抵押可交換票據，即第一批票據及第二批票據，於二零一八年到期，本金總額為30.0百萬美元。根據VKC票據購買協議，第一批票據及第二批票據銷售所得款項將由創始人、Ninth Capital及Ninth Investment使用。我們並無收取任何所得款項。於二零一六年六月一日，VNCR按購買價20.5百萬美元向Bright Sunshine購買第一批票據的75%，包括本金額15.0百萬美元連同有關附帶或應計的所有權利、所有權、權益、利益及好處。悉數交換可交換票據後，根據可交換票據轉讓予可交換票據持有人的股份數目合共不得超過全部已發行股份的10%(包括[編纂]中發行的股份)。根據投資者權利協議，授予可交換票據持有人的特權將於[編纂]後終止。

概 要

受限制股份單位計劃

我們已採納受限制股份單位計劃，以激勵高級管理層、設計師及關鍵僱員為本集團作出貢獻，並吸引及挽留合適人員，以鞏固本集團的發展。[編纂]完成後，Core Trust將根據受限制股份單位計劃為承授人及合資格參與者利益以信託方式持有[編纂]股股份，相當於本公司緊隨資本化發行及[編纂]完成後已發行股本總額約[編纂]%（不計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份）。於最後實際可行日期，涉及合共[編纂]股股份（相當於緊隨資本化發行及[編纂]完成後本公司已發行股本總額約[編纂]%（並不計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份））的受限制股份單位已經根據受限制股份單位計劃授予本集團89名僱員。受限制股份單位計劃的主要條款於第IV-18頁「附錄四—法定及一般資料—D.股份獎勵計劃—1.受限制股份單位計劃」概述。

持續關連交易

我們訂立若干持續關連交易，包括於二零一六年[●]的總商標特許協議。總商標特許協議為期20年。董事認為，各份商標特許協議的期限與總商標特許協議相若或長於總商標特許協議乃屬正常商業慣例。鑒於與總商標特許協議涉及的多項商標許可乃本集團業務營運的關鍵，故總商標特許協議的期限長於三年符合我們的利益。有關進一步詳情，請參閱「關連交易」。

近期發展

以下載列二零一六年三月三十一日（往績記錄期末）後我們業務、經營業績及財務狀況的近期發展：

- 於二零一六年四月一日至二零一六年五月三十一日期間，我們的零售網絡繼續增長。在此期間，我們開設24間自營店及關閉四間自營店。同期，開設45間經銷商經營店及關閉32間經銷商經營店，及關閉兩家由海外客戶經營的店鋪。
- 二零一六年五月我們宣派及派付股息12.0百萬美元。我們於二零一六年六月宣派股息共計人民幣230.0百萬元，並計劃於[編纂]完成前派付有關股息。
- 與二零一五年同期相比，截至二零一六年五月三十一日止十一個月我們錄得穩定收益及溢利增長。

概 要

無重大不利變動

經審慎周詳考慮後，董事確認，自二零一六年三月三十一日起直至本文件日期，本公司的財務、經營或貿易狀況概無任何重大不利變動。

[編纂]開支

截至二零一六年三月三十一日止九個月，我們產生[編纂]開支約人民幣[編纂]百萬元，其中人民幣[編纂]百萬元於我們截至二零一六年三月三十一日止九個月的綜合收益表內確認為行政開支，而人民幣[編纂]百萬元於我們截至二零一六年三月三十一日的綜合資產負債表內資本化為[編纂]開支預付款項並將確認為權益扣減。於往績記錄期後，我們預計將產生額外[編纂]開支約人民幣[編纂]百萬元，其中人民幣[編纂]百萬元預計將於二零一六及二零一七財年確認為行政開支，而人民幣[編纂]百萬元預計將直接確認為權益扣減。董事預計有關開支不會對我們二零一六財年及二零一七財年的財務業績產生重大不利影響。

[編纂]統計數字

	按[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元計算	按[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元計算
本公司於[編纂]完成時的市值 ⁽¹⁾⁽²⁾	[編纂] 港元	[編纂] 港元
未經審核備考經調整每股有形資產淨值	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 表中所有統計數字均假設[編纂]未獲行使。
- (2) 市值乃根據預期緊隨資本化發行及[編纂]完成後(但於[編纂]獲行使前)已發行及流動在外的[編纂]股股份計算。
- (3) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃於作出本文件附錄二「未經審核備考財務資料」所述調整後根據按[編纂]港元及[編纂]港元的相關[編纂]已發行及流通在外的[編纂]股股份計算(假設根據[編纂]發行的股份乃於二零一六年三月三十一日發行)。

未來計劃及[編纂]

我們估計，於扣除承銷費用及佣金以及我們須就[編纂]支付的估計開支並假設[編纂]未獲行使後，我們將會獲得的[編纂][編纂](假設每股[編纂]的[編纂]為[編纂]港元)(即本文件所述的[編纂]範圍中位數)將約為[編纂]百萬港元。

概 要

假設[編纂]定為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，我們擬利用[編纂]所得款項淨額作以下用途。

- (i) 約[編纂]%或[編纂]港元將用於撥付在杭州蕭山建設一個新的物流中心的所需資本開支；
- (ii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用於提升我們的全渠道互動平台建設；
- (iii) 約[編纂]%或[編纂]港元將用於擴大我們的產品種類及品牌組合；及
- (iv) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作為我們的營運資金及其他一般公司用途提供資金。

倘[編纂]定於較估計[編纂]範圍的中位數高或低的水平或[編纂]獲行使，則上述的所得款項分配方式將按比例調整。

與[編纂]所得款項用途有關的進一步詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

股息及股息政策

我們已採納一般年度股息政策，按年宣派及派付不少於本集團就任何特定財政年度應佔純利總額的[編纂]%的股息。假設[編纂]發生，則二零一七財年將成為本集團應佔我們的純利總額用於宣派及派付股息(如前句所述)的首個財政年度。有關我們股息政策的詳細討論載於「財務資料－股息政策」。

我們可能按現金或我們認為適當的其他方式分派股息。我們於二零一四財年並無宣派股息。我們於二零一五財年及截至二零一六年三月三十一日止九個月分別宣派及派付股息人民幣10.3百萬元及人民幣155.5百萬元。我們於二零一六年五月宣派及派付股息人民幣12.0百萬美元。我們於二零一六年六月共宣派股息人民幣230.0百萬元，並我們計劃於[編纂]完成前派付有關股息。

風險因素

我們的營運及[編纂]涉及若干風險，其中多數風險並非我們所能控制。該等風險可分為(i)有關業務及行業的風險；(ii)有關在中國進行業務的風險；及(iii)有關[編纂]的風險。例如，我們未必能夠在本行業進行有效競爭。此外，我們的業務在很大程度取決於我們品牌的市場知名度。有關涉及的所有風險因素的詳細討論載於風險因素，且閣下於決定投資[編纂]前應細閱整節。

概 要

於往績記錄期，我們存在數項不合規事件，包括我們未為本集團若干附屬公司的僱員足額繳納社會保險及住房公積金。有關更多資料，請參閱「業務－法律及合規－不合規」。

於一個受制裁國家的業務活動

於往績記錄期，我們曾對俄羅斯（一個受制裁國家）的一名客戶銷售產品。於二零一四財年、二零一五年財年及截至二零一六年三月三十一日止九個月，向俄羅斯的該名客戶銷售產生的收益總額分別佔我們同期總收益的約0.5%、0.4%及0.1%。我們於俄羅斯的唯一客戶並未明確列在外國資產控制辦公室存置的特定國民與禁止往來人員名單，或歐盟、美國、聯合國或澳洲存置的其他受限制人士名單內，因此不會被視為國際受制裁對象。據我們的國際制裁法法律顧問歐華律師事務所告知，我們過去於往績記錄期於俄羅斯的銷售並不意味著國際制裁法適用於本集團、股東或任何人士或實體（包括本集團投資者、聯交所、[編纂]及[編纂]）。有關我們於俄羅斯的業務活動的詳情，請參閱「業務－於一個受制裁國家的業務活動」。